

# PLANET vanvan

103

2014 Summer  
Presented by  
PLANET,INC.

プラネットヴァンヴァン

特集：商品情報をどう管理し、どう活かすか

## 流通における商品情報と プラネットの商品データベース

酒類・食品業界における  
商品情報標準化への取り組み

株式会社 ジャパン・インフォレックス

自社の商品情報を  
商品データベースに集約し、  
効率的に運用

ファイテン株式会社

プラネット太くんの社会科学  
大塚国際美術館

PLANET PLAZA

プラネット ラボラトリー  
プラン&ネット

自社で取り扱う商品の情報を、どのように管理し、活用するか。それは一企業だけの問題ではなく、サプライチェーン全体で取り組むべき課題です。なかなか手ごわい、この課題を解決するためのヒントになれば、と今回は「商品情報をどう管理し、どう活かすか」をテーマとした特集記事3本をお届けします。

特集の幕開けでは、消費財流通における商品情報の現状とプラネットの商品データベースが果たす役割について考えます。続いて、隣接業界の動向という観点で、酒類・食品業界の商品マスタ管理を行なっている株式会社ジャパン・インフォレックスの取り組みをご紹介します(P.4-5)。

特集を締めくくるのは、2012年からプラネットの商品データベースへの登録を開始し、業務を効率化したファイテン株式会社の事例紹介です(P.6-7)。

## 流通における商品情報とプラネットの商品データベース

### 重要性が高まる商品情報を 広く発信し、網羅的に入手できる場

流通業界において、商品情報はすべての商取引の中核となる、最も重要な要素といえます。最近の動向を見ると、インターネットの普及によって取引先とのオンラインでのデータ交換が一般的になり、また、生活者がネットで商品情報を検索したり、ネット通販で商品を購入したりすることが当たり前となって、商品情報の活用範囲は一層広がってきています。その反面、メーカーの目が届かないところで、間違った商品情報が独り歩きしてしまうといった危険性も増大しています。

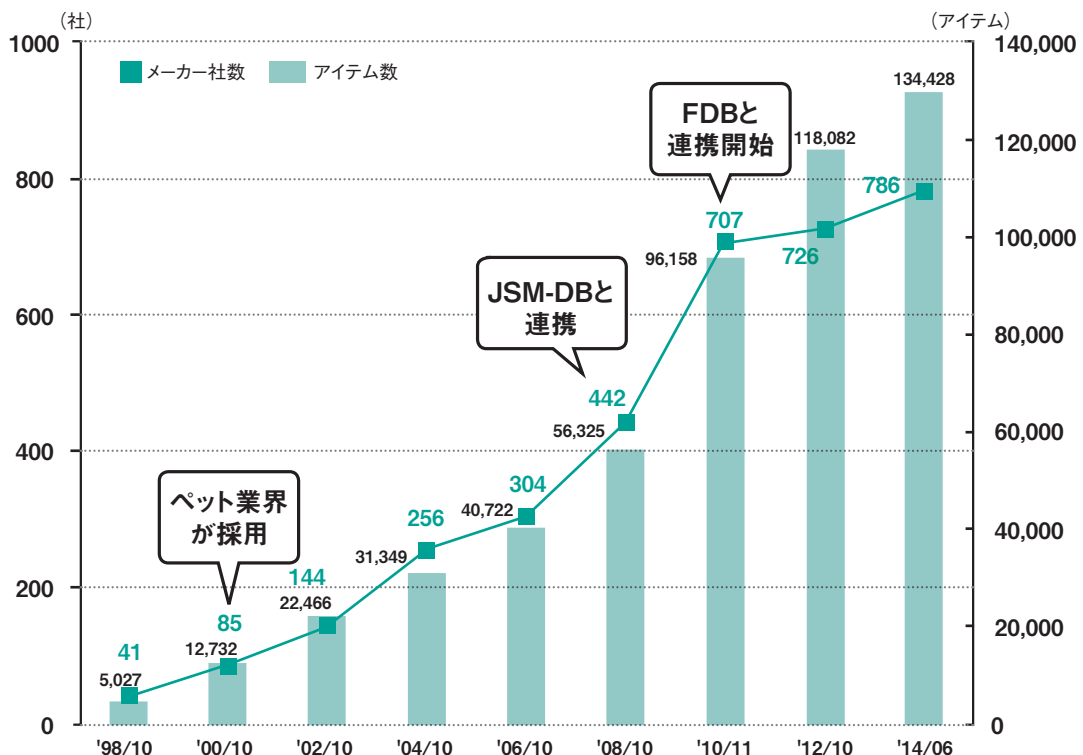
新商品の棚割検討や日々の受発注など、さまざまな場面でやり取りされる商品情報を集約し、メーカー、卸売業、小売業

それぞれの業務負担を軽減することを目指し、1997年にスタートしたプラネットの商品データベースは、メーカーにとっては「商品に紐づいた正しい商品情報を広く発信できる場」として、卸売業や小売業などの情報利用者にとっては「精度と鮮度の高い、メーカーが登録した商品情報を網羅的に入手できる場」として、消費財流通になくはならない存在となっています。

### 幅広い業界を標準仕様で統一

多くのメーカーの多くのアイテムが、正確かつ早期に登録されると、商品データベースの存在価値は高まります。そのためプラネットは、メーカーの登録業務をサポートするさまざまなサービスをご提供し、メーカー向け説明会を定期的を開催す

図1 | 商品データベース登録メーカー・アイテム数の推移

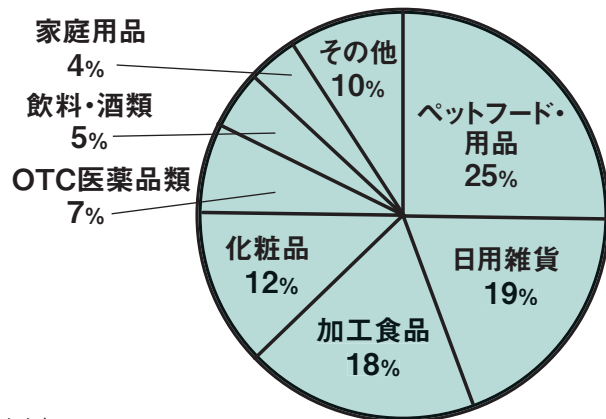


(注)JSM-DB：セルフメディケーション・データベースセンターが運営するOTC医薬品のデータベース。現在はプラネットの商品データベースにシステム統合されている。  
FDB：株式会社ファイネットが運営する酒類・加工食品のデータベース

図2 | 商品カテゴリごとの商品データベース登録内訳 (2014年6月末時点)

JICFS分類名	アイテム数
総計	134,428
ペットフード・用品	34,056
日用雑貨	25,628
加工食品	24,746
化粧品	16,448
OTC医薬品類	9,675
飲料・酒類	6,052
家庭用品	5,130
その他	12,693

※「その他」には、菓子類、衣料・衣服、家電など全18分類が含まれます。



るなどして、登録メーカーの拡大と、商品情報の精度・鮮度の向上に努めてきました。

また、さまざまな業界の団体や企業との協働を通じて、当初の日用品・化粧品業界の枠を超えたデータベースの拡充にも取り組んできました。2000年にペット業界がプラネットの商品データベースを採用。さらに2008年にはOTC医薬品のデータベースであるJSM-DB（セルフメディケーション・データベース）、2010年には酒類・加工食品業界VANを運営する株式会社ファイネットのFDB（ファイネット商品情報データベース）とのデータ連携を実現。2014年6月末現在、登録メーカー数786社、登録アイテム数134,428件という、消費財流通の情報インフラとして活用されるデータベースへと成長しました。

なお、各業界にはそれぞれ固有の慣習があり、プラネット商品データベースの項目がそのまま使えるとは限りませんが、国際標準のGDSに準拠した共通標準項目は維持しています。また、他業界とのデータ連携にあたっては、各業界の関係先と業界カテゴリーを作成するなど調整を重ね、最適な方法で商品情報を登録・管理できるように、ルールづくりを行ってきました。また、薬事法やペットフード安全法など、商品情報に関わる法改正があった際には、その都度速やかにデータ項目等を見直し、常に最新の状況に応じたデータベースとしてご利用いただけるよう取り組んでいます。

### 登録メーカーのさらなる拡大を目指して

近年、卸売業は業界の垣根を超えた取り組みを進め、小売業も日用品から化粧品、ペットフード・ペット用品、OTC医

薬品、酒類・加工食品まで、幅広いカテゴリーの商品を扱う店舗が増えています。このような状況に対応すべく、プラネットの商品データベースもさらに登録カテゴリーの幅を広げていく必要があります。プラネットは今後、健康食品や介護用品などの業界にも積極的に登録を働きかけていきます。また、次ページで紹介している株式会社ジャパン・インフォレックスのように、他業界で商品情報の管理に取り組まれている団体や企業と情報交換を行い、協力体制を築くことが重要だと考えています。

それに加えて取り組むべき課題が、商品データベース未登録メーカーへのアプローチです。商品データベースに商品情報を登録すると、商品情報を一元管理でき、お取引先への情報提供業務の負荷を軽減できるなど、メーカーにとって、様々なメリットがありますが、プラネットの「シングルポータル」ご利用メーカー約3,000社のうち、商品データベースに商品情報を登録されているメーカーは2014年6月末時点で786社と、およそ1/4にとどまっています。今後、商品データベースをご利用の卸売業のみならず、皆さまにもご協力をお願いして、未登録メーカーの経営層やご担当の方々に商品データベースのメリットをご理解いただき、登録社数・アイテム数の拡大を促進してゆきたいと考えております。

消費税率が変わり、ネット経由の販売が存在感を高めるなど、消費の現場は大きく変わっていますが、プラネットはこれからも製配販のみならずの業務効率化に貢献できるよう、商品データベースの利便性向上に努めてまいります。商品データベースに関してご意見やご要望がございましたら、ぜひお聞かせください。

お問い合わせ先 株式会社プラネット CRM部 コールセンター  
Tel. 03-5962-0811 E-mail : sc@planet-van.co.jp

# 隣接業界に見る商品情報管理の動向 酒類・食品業界における 商品情報標準化への取り組み

## 株式会社 ジャパン・インフォレックス

〒103-0021 東京都中央区日本橋本石町三丁目2番12号 社労士ビル3階  
http://www.inforex.jp/



株式会社  
ジャパン・インフォレックス  
代表取締役社長  
西田 邦生さん

市場規模が大きく、また「食の安全」の観点から、高次元のトレーサビリティが求められている酒類・食品業界では、商品情報の標準化をどのように捉えているのでしょうか。国分株式会社で要職を歴任され、現在は多摩大学大学院客員教授としてもご活躍の株式会社ジャパン・インフォレックスの西田社長に、同社の取り組みについてお話を伺いました。

### 重要性の高まる商品マスタ管理の 合理化を目指して発足

株式会社ジャパン・インフォレックス(以下JII)は、酒類・食品を中心とした商品マスタの業界標準化・合理化を目指し、大手酒類・食品卸売業6社の共同出資によって2006年4月に設立された。その後、出資企業は8社となり、商品マスタ保有件数は荷姿違いなどを含めると約220万件、単品で180万件以上に及んでいる。

もともと酒類・食品の卸業界では、早い時期から標準化を重要な課題と捉えていた。同一企業内の本社・支店間で専用回線でのデータ交換が行なわれていた1970年代後半に、直送データ処理を効率化するために取引先コードを標準化したい、というニーズがすでに出ていた。本格的に標準化の機運が高まったのは、1980年にJCA手順が出来て小売業とのEOSが広がり出した頃からで、1980年代半ばには日米構造協議や外資企業の参入などによって流通構造が変化し、卸売業も生き残りをかけて物流システムの強

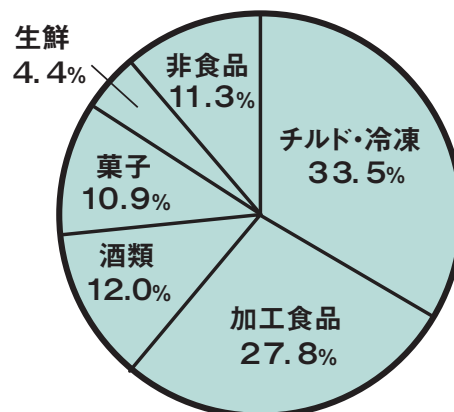
化を進め、小売業への物流提案やリテールサポートといった提案型営業を重視するようになった。それに伴い商品マスタは、商品名や単価といった基本情報に加え、サイズ・重量等の物流情報、営業支援に必要な属性情報など、大量の情報を扱うようになった。またインターネットの普及により、取引先とのオンラインでの受発注等のデータ交換も急速に進展したため、商品マスタ管理の重要性とその業務負荷は急速に増大していった。

こうした状況を受け、国分株式会社と株式会社雪印アクセス(現 株式会社日本アクセス)は2001年、両社の商品マスタ管理や営業支援コンテンツの共同化を図って株式会社ジェフネットを設立した。さらにその後、共同化・標準化という考えに賛同した株式会社菱食(現 三菱食品株式会社)、加藤産業株式会社、三井食品株式会社、日本酒類販売株式会社が参画し、2006年に新たにJIIを設立。ジェフネットから商品マスタ管理事業を譲り受け、共同利用のための商品データベースの運用がスタートした。

なお、同じ酒類・加工食品業界内で、メーカー・卸売業間

図 | JII 商品DB保有アイテム数 (2013年12月末現在)

カテゴリー	保有件数(千件)	構成比
チルド・冷凍	615	33.5%
加工食品	510	27.8%
酒類	221	12.0%
菓子	201	10.9%
生鮮	81	4.4%
非食品	208	11.3%
合計	1,836	100.0%



## 資料 | JII 商品データ登録状況 (2013年12月末現在)

■商品データ登録件数……180万件 (JANコード有:120 万件、JANコード無:60万件)

■リンクデータ※登録件数…220万件 ※入り数、ケースサイズ、ケース重量等の違いなど、荷姿によって変更が生じる可能性のある情報

のVANを運営する株式会社ファイネットは2002年より大手メーカーを主体とする商品情報データベース(FDB)を構築しており、JIIとファイネットは業界の基盤づくりという共通目的のもと、相互の情報の同期を図るなど密接な連携を取りながら今日に至っている。

### クレンジングで「実務に使えるデータベース」に整備

JIIが保有する約220万件の商品情報は、3つのチャネルから逐次調達されている。その一つがファイネットのFDBから取り込んだ商品情報で、これが登録アイテム全体の約10%を占めている。FDBに登録のないメーカーについては、JIIが運営するWeb-EDIシステム経由で、商品情報や画像を登録いただいている。その社数は約6,600社、登録件数は全体の約45%となっており、FDBとの連携分を合わせると全登録件数の55%をデータで入手していることになる。

残りの45%は、メーカーから紙ベースで受け取った商品情報を利用卸売業が代行してデータベースに登録している。我々の目的は利用卸売業各社の業務効率化にあるので、できるだけ多くのメーカーにご協力いただき、データによる商品登録の比率を高めることが当面の課題である。特に日配・チルドや冷凍、冷蔵食品はいわゆる「ロングテール」の商品が多く、データ登録が進みづらいこともあって、データ登録比率は現在20～30%程度だが、あと4、5%は上げていきたい。

日用品・化粧品と比べ、酒類・食品は商品情報の件数が圧倒的に多く、品質情報が幅広い点が特徴的といえる。この膨大な情報を集積し、網羅性、迅速性、正確性を備えた「実務で使えるデータベース」として利用卸売業に提供するため、当社ではデータのクレンジングに多くの人的資源を投入し、力を入れている。

商品情報は原則としてメーカーに登録いただいているが、登録されたデータはJIIのスタッフがすべて精査して、不足項目があればメーカーに入力を依頼し、返ってきたデータもチェックする。また、新製品情報は発売の1カ月前には登録いただくようメーカーへの依頼を徹底し、それを当社で加工して卸売業が使えるデータとしてタイムリーに提供している。

品質情報については、加工食品の品質系情報標準項

目「品質230」がすでに定義されているが、具体的にどこまでをマスタに登録するか、業界として検討を重ねている段階だ。品質情報は時代の要請であるが、登録だけでなく長期にわたるメンテナンスも重要であり、また、項目数が多すぎることで情報登録の遅延を招かないよう、しっかりと方針を定めて運用しなければならないと考えている。

もう一つ、今取り組んでいるのが商品カテゴリーの問題だ。消費者の購買行動が変化していく中で、営業支援という視点からも売り場基準で統一されたカテゴリー区分が求められているため、JIIではJICFSコードとは別に、小分類レベルで約990項目からなる小売の売り場基準によるコード付番を行っている。特に加工食品と菓子については、専任のスタッフによる付番の再チェックと運用基準の体系化を進めている。

### 価値ある商品情報で業界の標準化推進に貢献

現在、中規模以上の酒類・食品卸売業の総売上高は約14兆円で、そのうちJIIに出資している卸売業の総売上高は約8兆円となっている。つまり、業界内の5割以上の売上のベースとなる商品マスタが、JIIのデータベースに集約されているということになる。この貴重なデータベースを業界の標準化、合理化により役立てていただけるよう、新たな仕組みとして「Inforex TREASURE」を開発した。これはパソコンを使って簡便に当社の商品データベースにアクセスし、商品マスタの検索や画像の閲覧ができるサービスで、2012年11月の提供開始以降、利用企業が拡大し、それまでのデータ提供方式に加え全体で16社にご利用いただくようになった。インターネット接続環境があれば専門知識やシステム対応が不要なため、今後一層のユーザーの拡大を期待している。

JIIは設立以来、酒類・食品卸売業を顧客として事業を展開してきたが、最近では小売業の業態も変化し、幅広いジャンルの商品を扱うようになってきている。さらに、営業やマーケティングに必要な商品属性を入手したい、と卸売業以外のチャネルからの引き合いも増えている。今後、業界の垣根を越えた「標準化」が流通業全体の大きな課題となると思われるので、当社としても、プラネットをはじめとする隣接業界との情報交換や協力体制の強化を図り、業界全体の標準化推進に寄与していきたい。

クローズアップ・ユーザー

# CLOSE UP

# USER

## 自社の商品情報を 商品データベースに集約し、効率的に運用

### ファイテン株式会社

〒604-8152 京都府京都市中京区烏丸通錦小路角手洗水町678番地  
<http://www.phiten.com/>

ファイテン株式会社では、量販店や卸売業との取引が拡大したことから、2012年より商品データベースへの商品情報登録を開始しました。メーカーとして商品データベースを利用して感じたメリットについてお聞きました。

### 取引先の拡大に伴って 商品情報の効率的な管理が課題に

京都に本社を置くファイテン株式会社は、独自開発のアクアチタン技術を核として、心身を本来のリラックス状態へとサポートする健康関連製品の製造販売を行っている。主力商品は「ファイテン」ブランドのチタンネックレスやチタンテープ。プロ野球選手などのトップアスリートや著名人に愛用者が多いことから認知度が高く、スポーツをする人や健康を気にかける生活者から強い支持を受けている。

商品の販売ルートを中心に、全国に約130店舗を展開している直営店だが、最近ではスポーツ量販店やドラッグストア、オフィシャルWebストア、ネット通販といった多様な流通経路で売上が伸びている。

直営店との連動では、扱うものが自社商品ということもあり、細かい商品情報のやり取りは発生しない。そのため、自社システムには詳細な商品管理の項目は設けられていなかった。ところが量販店や卸売業との取引では、メーカー側が商品情報を提供する必要がある、その都度商品のサイズを測ってエクセルで管理するなど、取引が拡大するにつれて業務負担が大きくなっていった。そのような時に、プラネットから案内を受けたのが「商品データベース」だった。

「商品データベースの説明を聞いて、必要な項目が網羅されている充実したシステムだという印象を受けました。その上、メーカーは無料で登録ができるというので、これを上手く活用すれば、取引先への情報提供の効率化につながるだけでなく、自社の商品管理用マスタとしても有効に使えるのではないかと考え、すぐに利用を決めました」と、量販店事業部の大屋敷正人さんは語る。



量販店事業部  
大屋敷 正人さん

### 担当者が直接データにアクセスし タイムリーな営業提案を実現

まずは、同社の膨大な商品の中から量販店で取り扱いがある主要な500アイテム強を抽出し、まとめて登録した。その際、画像についてはプラネットの画像撮影サービスを利用して登録の効率化を図った。以降は新商品が出たタイミングで、商品情報と画像を逐次、追加登録している。

利用を開始するにあたっては、全国各地の営業拠点を回って説明を行ない、量販店事業部の営業担当者にIDを持たせて自由に使えるようにした。

「商品データベースはすでに出来上がっている仕組みなので、自社で新しくシステムをつくる必要もなく、扱いも簡単です。データの登録さえ済んでしまえば、すぐに効果を実感することができました」と大屋敷さん。

これまでは取引先から商品に関する問い合わせが入ると、営業担当者がそれを受けて本社に問い合わせを確認していたが、商品データベースはインターネットに接続できるパソコンと、個人ごとの利用IDがあればどこでも閲覧できるため、営業担当が自分で商品情報を調べて、直接回答できるようになった。

さらに、商品データベースの利用開始にあわせて、棚割ソフトをすべての営業拠点に導入したことで、業務の流れや営業スタイルが大きく変わったという。

「以前は棚割もすべて私が作成していました。営業から明日までにほしいと要望があっても、対応できないこともありましたが、修正が入ると、何度もやり取りをしなければなりませんでした。それが、営業がいつでも好きなように棚割を作成できるようになりました。お取引先からの急なリクエストにも

すぐに応えられ、修正まで自分でできるというのは大きいですね。営業提案のスピードがアップして、営業担当者からは本当に便利になった、という声が寄せられています。もちろん私自身も、とても楽になりました」。

もう一つの大きな利点は、社内だけでなく、得意先からも商品情報が見られることだという。商品データベースには画像も登録してあるので、得意先が棚割や提案書を作成する際に、画像を自由にダウンロードして使えるようになった。

### 自動配信サービスで 自社の商品情報を広く発信

商品データベースにはクリッピングサービスという機能があり、データベースに新しく登録、更新された商品情報は自動検出されて、サービスを利用している卸売業、小売業のもとに毎日配信されている。これはメーカーにとっては、自社商品の認知度を上げる貴重な情報発信の機会ともいえる。

「当社の商品は売場がスポーツ用品や健康関連などに限られていますので、お取り扱いのない卸売業様や小売店様

と新たな接点をつくるのは難しい部分があります。クリッピングサービスでは、これまでお取引実績がない企業様にも新商品情報を配信していただけるわけで、今までと違った売り場での新しいビジネスチャンスにつながるかもしれません。商品データベースに登録をすると商品情報のダウンロード実績が見られますので、その数字も励みになっています」(大屋敷さん)。

今のところ、社内で商品データベースを利用しているのは、量販事業部のみだ。一方、通販事業部や代理店事業部などの他事業部も、それぞれが業務の中で多かれ少なかれ商品情報を扱っている。どの情報を誰が担当し、どのように維持管理していくのか。検討すべき課題は多く、一気に登録を拡大するのは難しいが、ゆくゆくは事業部間のコミュニケーションを深め、各部門で必要としている商品情報をすべて商品データベースで一元管理することも視野に入れている。プラネットとしても、卸売業・小売業だけでなくメーカーにとっても、より利用しやすく付加価値の高い商品データベースとなるよう、サービスを今後一層ブラッシュアップしてお届けしていきたい。



RAKUWA磁気チタンネックレスの店頭展開イメージ



※このコーナーでは、当社のオリジナルキャラクター「プラネットくん」が、プラネットサービスご利用のお客様を訪問し、さまざまなトピックスについてお話を伺います。

# プラネットくんの 社会科見学

イラスト／松島むう

今回  
おじやま  
したのは…



大塚国際美術館

<http://www.o-museum.or.jp/>

大塚製薬株式会社様ご利用のサービス：  
基幹EDI、商品データベース、取引先データベース

## 1,000余点が原寸大でズラリ！ 世界に類を見ない陶板名画美術館

大塚製薬株式会社を中核とする大塚グループの創立75周年を記念して設立された大塚国際美術館（徳島県鳴門市）は、陶板で再現された西洋名画を展示しており、古代壁画から現代絵画まで、25ヶ国190余の美術館が所蔵する1,000点以上もの作品を、日本にいながらにしてオリジナルと同じスケールで鑑賞できるのが最大の特長です。同館を巡りながら、文化財保存に対する想いや、来場者が楽しく美術に親しむための工夫についてお話を伺いました。

### 二千年以上経っても色あせない、原寸大の迫力と臨場感

当館は、大塚グループ発祥の地である鳴門の美しい環境に囲まれ、延べ床面積29,412㎡という日本最大級の常設展示スペースを有しています。地元への感謝をかたちにしたいとの願いから、大塚グループ75周年記念事業として、1998年3月に開館しました。\*

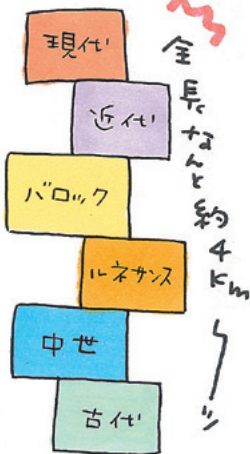
当館で展示している西洋名画1,000余点は、大型美術陶板の特殊技術を持つグループ企業の大塚オーミ陶業株式会社がオリジナル作品と同じ大きさに再現したものです。美術陶板は、原画に基づいて色の分解を行い、転写紙に印刷、陶板に転写、焼成、レタッチなどの行程を経た後、さらに焼成、検品をしてようやく完成します。オリジナルは退色や素材の劣化を免れない運命にありますが、美術陶板は二千年以上にわたってそのままの色が持続しますから、これからの文化財保存にも貢献できる技

術であると誇りを持っております。

西洋美術を楽しみつつ、より深くご理解いただけるように、当館では三つの展示方法を採用しております。一つめは「環境展示」で、古代遺跡や教会などの壁画を空間ごと再現する方法です。たとえば、入館してすぐの「システーナ・ホール」では、ヴァチカンのシステーナ礼拝堂の壁画と天井画をご覧いただけます。一步足を踏み入ると荘厳な雰囲気とスケール感に圧倒され、多くの方が天井を見上げながら感嘆の声をあげていらっしゃいます。二つめは「系統展示」で、順路通りに進んでいただくと、古代から現代に至る、西洋美術の変遷をご覧いただけるようになっています。三つめは「テーマ展示」で、空間表現、時、生と死、食卓の情景など、人間にとって普遍的かつ根源的なテーマごとに作品を並べており、表現方法の違いが比較できます。

#### 系統展示

まるで、美術行きの  
中に入り込んだかの  
よきな感覚を  
味わえる  
好評をいただけて  
大ります



学芸部  
広報担当 学芸員  
山側 千紘さん

#### 環境展示



\*同館初代館長・大塚正士氏が開館時に寄せたメッセージ“それは、一握りの砂からはじまった。”は下記URLにてご覧いただけます。

<http://www.o-museum.or.jp/character/story.html>



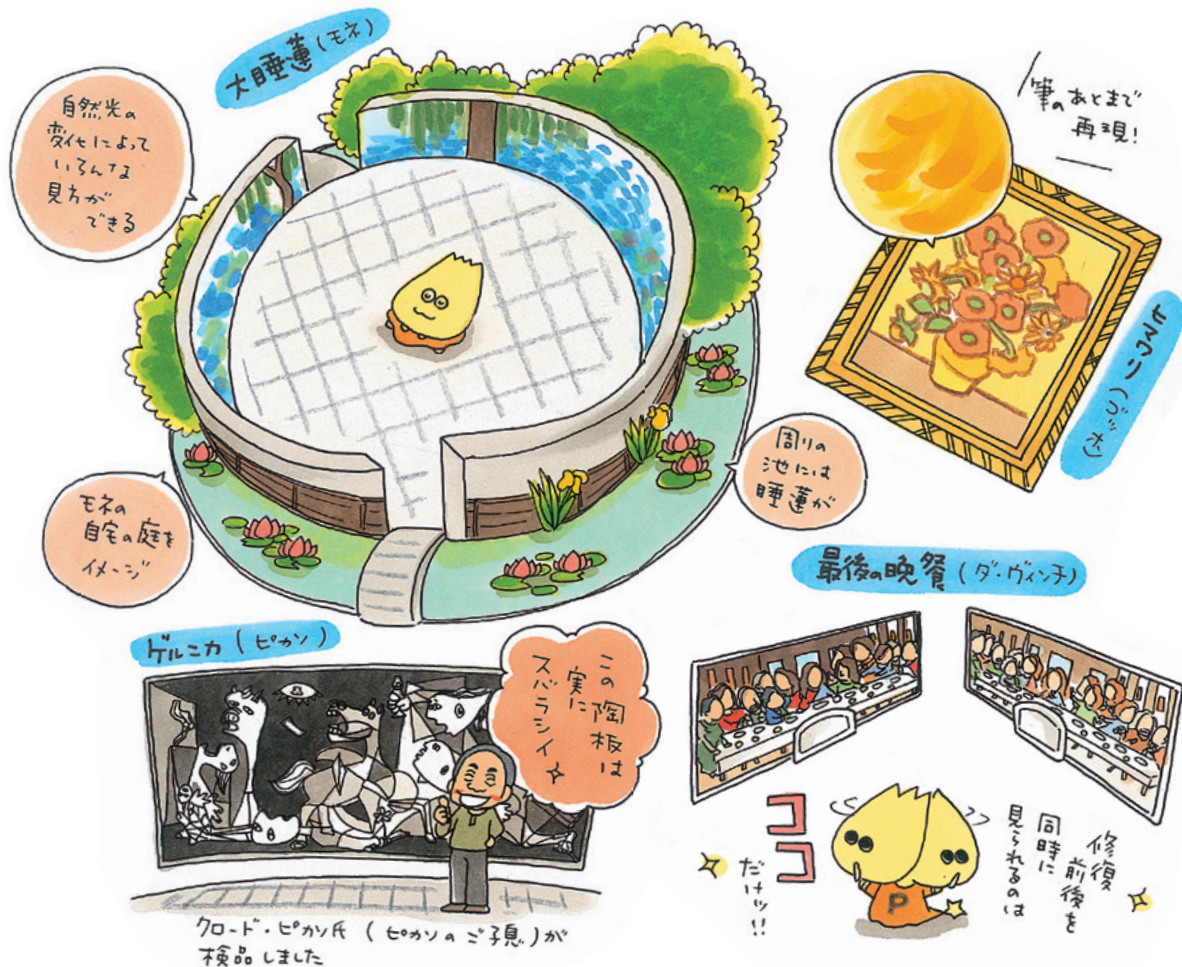
## あの名画も、間近で見られる!

作品の選定は、著名な美術史家6名によって行われました。地下3階から地上2階まで、どのフロアにも馴染み深い作品が展示されていますので、まるで美術書の中に入り込んだかのような感覚をお楽しみいただけるかと思います。

地下2階では、修復前と修復後の“最後の晚餐”(レオナルド・ダ・ヴィンチ)が向かい合って展示されている世界で唯一の空間や、あの“モナリザ”(レオナルド・ダ・ヴィンチ)に加え、“大睡蓮”(モネ)をモネ本人が望

んだ自然光のもとでご覧いただけるよう、屋外で展示しております。ちなみに、オリジナルが門外不出とされている“ゲルニカ”(ピカソ)は、展示開始に先立って、お子さんのクロード・ピカソ氏に陶板を檢品いただきました。

名画のオリジナル作品を鑑賞する際には、ガラスケースや境界線があって作品にあまり近づけません、当館では触れるくらいまで接近できます。色だけでなく、筆のタッチ、絵の具の盛り上げ具合まで再現しておりますので、お好きな作品や興味を持たれた作品を、心ゆくまでじっくりとご覧ください。



## アートをもっと楽しんでいただくために

当館では年間を通じて、もっと気軽に、もっと身近にアートを楽しんでいただけるように、さまざまなイベントや鑑賞サポートも行っております。美術ボランティアによる展示解説や音声ガイドの貸し出し、ギャラリートークロボット“アートくん”によるガイド(地下3階にある展示室10カ所を1時間ほどご案内)、「怖い絵ツアー」などに加えて、館内のカフェとレストランでは期間限定のメニューもご用意しておりますので、リピーターの方にもお楽しみいただけます。

毎年夏休み期間中には、ご家族で名画と触れ合

えるプログラムを開催しており、今年は『名画で体験 古代ローマめぐり』を開催します。11年に及ぶ当館の教育普及活動の経験を活かした内容を、涼しい屋内でお楽しみいただけますので、ぜひお越しください。

また、今年の10月1日からは、ゴッホが描いた“ヒマワリ”のうち、第二次世界大戦で焼失した通称“芦屋のヒマワリ”を原寸大で再現したものを展示します。「二度と観られない」と言われていた幻の作品を、是非多くの方々にご覧頂きたいと思っております。

詳しくは、同館Webサイトの「イベント・お知らせ」ページをご覧ください。 <http://www.o-museum.or.jp/info/>



# PLANET PLAZA

TOPIC 01

## 『2014年秋冬新製品カタログ』発行のお知らせ

一般消費財の流通に携わる皆様に2014年秋冬の新製品情報をタイムリーにお届けするために、通算12冊目となる『2014年秋冬新製品カタログ』を発行しました。今回のカタログには、2014年6月以降発売の96社・1,546アイテムの新製品が収録されています。なお、当カタログの掲載データは、業務用Webサイト「シングルポータル」内の『マーケティング情報』ページよりご覧いただけますので、棚割提案や仕入業務、商談などの営業活動にぜひご活用ください。



### 『2014年秋冬 新製品カタログ』概要

- 冊子発行日：2014年7月22日(火)〈Web版公開日は2014年7月11日(金)〉
- 掲載製品カテゴリ：日用品、化粧品、家庭用品、ヘルスケア用品など(ナショナルブランド製品)
- 掲載内容：メーカー別新製品情報、カテゴリ別新製品情報、廃番・リニューアル品リスト

【お問い合わせ先】 株式会社ブラネット CRM部 コールセンター Tel.03-5962-0811 E-mail sc@planet-van.co.jp

TOPIC 02

## 当社会長・玉生が「卸有用論」で講演

当社会長・玉生は、5月16日に開催された全国化粧品日用品卸連合会の第40回通常総会で、「科学的問屋有用論」と題した講演を行い、卸売業の社会的有用性について説明しました。

なお、今回の講演を機に、卸売業の重要性に関して玉生がこれまでに執筆した書籍や文章、玉生への取材記事、対談での発言などのうち主なものをまとめ、ホームページに掲載しました。ぜひご覧ください。

<http://www.planet-van.co.jp/yuyoron/>

### 【お問い合わせ先】

株式会社ブラネット 管理本部 経営企画部 Tel : 03-5962-0811 E-mail : keiei@planet-van.co.jp

TOPIC 03

## 「プラネット30周年記念ユーザー会」開催のお知らせ

おかげさまでプラネットは、今年の8月で設立から30年目を迎えます。日頃お世話になっている皆様への感謝の気持ちを込めて、今回は「30周年記念」と題し、以下の日程と会場で開催いたします。

- 大阪会場：11月6日(木) ホテル阪急インターナショナル(大阪市北区)
- 東京会場：11月17日(月) 東京国際フォーラム(東京都千代田区)

詳細につきましては、改めてご案内申し上げます。

## NEW FACE



執行役員 参与

松本 俊男(まつもと としお)

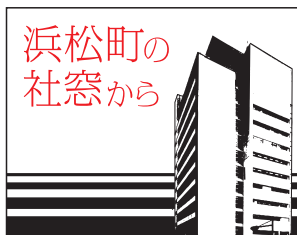
7月よりプラネットのメンバーとなりました松本と申します。新人と言うには無理がある55歳ですが、33年間の社会人経験を活かし、業界の発展に貢献するよう尽力いたします。どうぞよろしく願い申し上げます。



ネットワーク本部 ネットワーク管理部

園田かおり(そのだ かおり)

7月より新しくネットワーク管理部に配属となりました園田と申します。異業種からの転職で、分からないことばかりではありますが、一日も早く皆様のお役に立てるよう、努力してまいります。どうぞよろしく願い申し上げます。



営業本部 CRM部  
佐藤 美絵 (さとう みえ)

我が家には、4歳男児の双子がおります。注意して様子を見ていないと何をかすかわかりません。ズボンのポケットにダンゴ虫を入れて家の中に入ってきたり、保育園バッグの中にも虫を入れて帰ってきたり、恐ろしいことをしてかしてくる二人組と日々格闘しながら、子育ての真っ只中で、目先の生活に追われればなしな毎日を過ごしています。

さて、弊社は今年の8月で設立から30年目を迎

えることとなります。これもひとえにユーザー皆様方のご支援ご厚情の賜物と心より御礼申し上げます。30年目を迎えることを記念して、今年8月以降さまざまなイベントを企画していく予定です。今後ともプラネットをよろしく願い申し上げます。

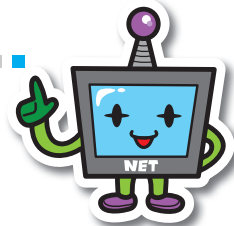
また、7月に『2014年秋冬新製品カタログ』が発刊されましたが、冊子以外でも新製品情報が見られます!『マーケティング情報』ページの“商品の検索”、“新製品カタログ”を是非ご覧ください。



# PLANET

プラネット ラボラトリー

# LABORATORY



このコーナーでは、プラネットのサービスやお寄せいただくお問い合わせについて  
毎回詳しくご紹介・解説いたします。

## 「商品データベース」登録のメリットとは？

新製品カタログの情報源としても用いられる「商品データベース」は、「重要な商品情報を広く発信できる場」として、6月末時点で786社のメーカー様に商品情報をご登録いただいております※。今回は、商品データベースに商品情報を登録すると、どのようなメリットがあるのかをご説明します。

※詳しくはP.2-3の記事をご参照ください。

### 商品情報に関して、このようなお悩みはございませんか？

- ・商品に関する情報が社内で分散しているので、収集するのが大変
  - ・お取引先が増えるにつれて、商品情報を個別に提供する業務の負荷が高まっている
  - ・新商品情報を広くPRしたい
  - ・商品マスタに間違っただけの情報や古い情報が載り、事後対応に追われる
- これらの課題を解決できるのが、プラネットの商品データベースです。

### 商品データベース登録のメリット

★**商品情報を一元管理**：商品情報が商品データベースに集約されますので、あちこち探さずに済み、効率的です。自社の商品情報は無料でダウンロード※できますので、出先でも、インターネットにつながるPCとご利用IDをお持ちでしたら、すぐに商品情報を入手できます。※他社商品画像のダウンロードは有料です。詳しくはお問い合わせください。

★**業務効率アップと新商品PRを同時に実現**：商品データベースに登録された貴社の商品情報は、1,493社※の卸売業様・小売業様がご覧になりますので、個別対応よりも効率的で、幅広い新商品PRを実現できます。※2014年6月末現在のご利用社数です。

★**商品情報の精度向上**：メーカーのご担当者が登録した新商品情報、廃番情報がそのまま届きますので、情報の精度が高まります。

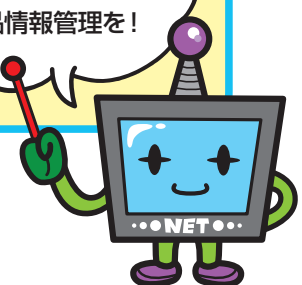
なお、2012年から商品データベースの登録を開始し、業務を効率化したファイテン株式会社様の事例がP.6-7に載っております。ぜひご一読ください。

## ココに注目！

- ★商品データベースへの登録は無料
- ★多数アイテムの一括登録も可能

商品データベースのご登録・ダウンロードに際しては、「商品データベース」IDの取得(無料)が必要です。

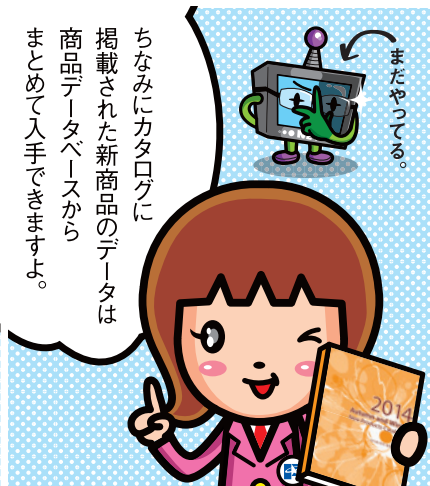
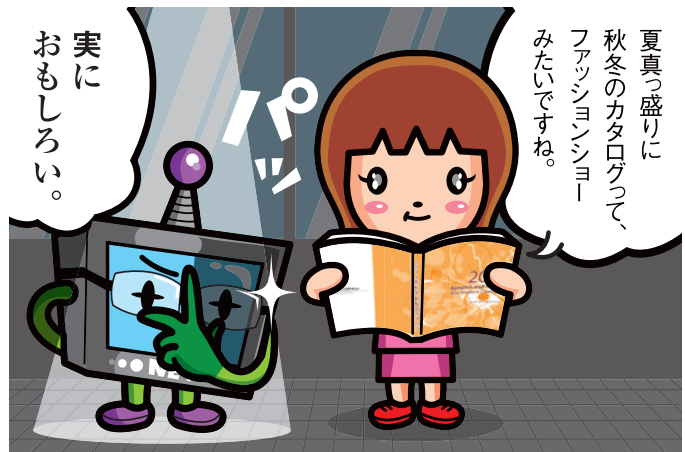
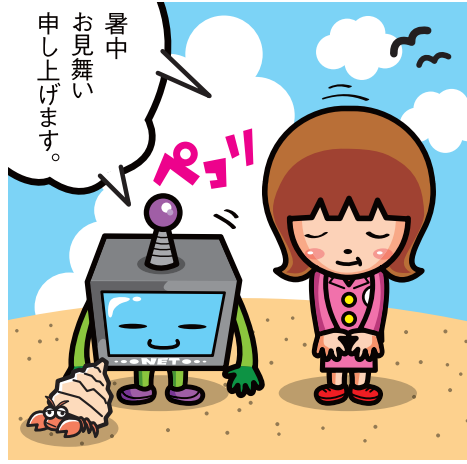
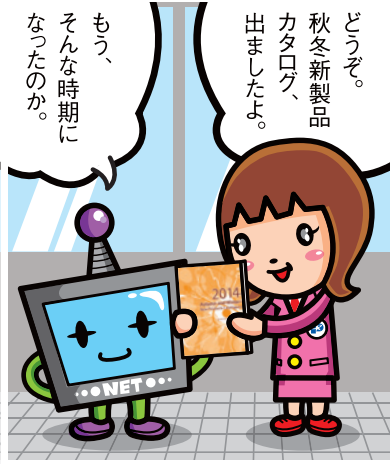
商品データベースで、  
効率的な  
商品情報管理を！



商品データベースに関してご不明な点などございましたら、お気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ先 | 株式会社プラネット CRM部 コールセンター

Tel. 03-5962-0811 E-mail [sc@planet-van.co.jp](mailto:sc@planet-van.co.jp)



PLANET 103  
van van

第103号 2014年7月

発行/株式会社プラネット  
〒105-0013 東京都港区浜松町一丁目31番  
文化放送メディアプラスビル3階  
TEL. 03-5962-0811  
発行人/田上正勝  
編集協力/株式会社砦書房  
デザイン/太田康士 (Hitrico Graphic Service)  
印刷/株式会社太平印刷社



古紙パルプ配合率70%再生紙を使用